

PENGARUH KEMAJUAN TEKNOLOGI INVESTASI, SOSIAL MEDIA EDUKASI SAHAM, DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL INDONESIA

Muhammad William Fattah

Fakultas Ekonomika dan Bisnis , Universitas Negeri Surabaya
muhammad.19052@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemajuan teknologi sosial media edukasi saham, dan motivasi terhadap minat investasi anggota komunitas saham online. Metode pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 380 responden yang memiliki rekening saham di perusahaan sekuritas. Metode analisis penelitian yang digunakan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari sumber asli, kemudian diolah menggunakan perangkat lunak SPSS versi 24. pengujian meliputi asumsi klasik dan menggunakan regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis penelitian Uji T atau uji parsial Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1). Teknologi berpengaruh langsung terhadap minat investasi anggota komunitas saham untuk berinvestasi di pasar modal, 2). Sosial media edukasi saham tidak berpengaruh langsung terhadap minat investasi anggota komunitas saham, 3). Motivasi berpengaruh langsung terhadap minat anggota komunitas saham untuk berinvestasi di pasar modal.

Kata kunci: kemajuan teknologi; sosial media edukasi saham; motivasi; minat investasi; komunitas saham.

Abstract

The purpose of this research is to examine the impact of advances technologies investment, social media education on stock market and motivation on the investing interest of members of an online stock community. For sample selection, the researcher used a purposive sampling strategy. The survey included 380 respondents who had stock accounts with brokerage firms. The study took a quantitative method, collecting primary data directly from original sources and analyzing it with SPSS software version 24. Classical assumptions testing and multiple linear regression with hypothesis testing utilizing the T-test or partial test were included in the investigation. The analysis results show that: 1) Technology has a direct impact on stock community members' investing interest in the capital market. 2) Stock market education through social media does not have a direct influence on the investment interest of stock community members. 3) Motivation has a direct influence on the investment interest of stock community members to invest in the capital market.

Keywords: *technological advancements; stock market education through social media; motivation; investment interest; stock community.*

Pendahuluan

Bursa Efek Indonesia telah membuat program yang berperan untuk mengenalkan mengenai investasi di pasar modal, pada tahun 2015 upaya ini dikenal dengan Yuk Nabung Saham yang digalakan oleh BEI, usaha ini dilakukan dengan tujuan masyarakat kita mengenal berbagai instrument di investasi selain emas dan deposito yang telah umum dikenal oleh masyarakat, gerakan ini bertujuan untuk mengajak masyarakat menjadi *saving society* menjadi *investing society* (YNS,2021).

Data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) sebanyak 5.808.093 Single Investor Identification (SID) yang aktif di pasar modal Indonesia angka ini merupakan investor aktif di pasar modal Indonesia dan telah meningkat sebesar 31 persen dibandingkan dengan tahun lalu di 2020 (KSEI 2022). Hal ini adalah respon dari peningkatan minat oleh masyarakat selama *pandemic* terjadi (Bisnis.com,2021). Dengan pertumbuhan masyarakat Indonesia yang eksponensial dan berdasarkan data dari BPS Indonesia memiliki penduduk sebesar 270,20 juta manusia yang hidup di dalam wilayah Negara Republik Kesatuan Indonesia (NKRI) ([BPS] Badan Pusat Statistik 2019:1). Berdasarkan data tersebut investor aktif di Indonesia berkisar 2,5% dari jumlah penduduk yang ada sehingga bisa dikatakan minat investasi di Indonesia tergolong rendah jika kita membandingkan dengan jumlah investor di negara tetangga kita seperti Malaysia 57%, Cina 9%, dan Thailand 6% dari populasi (Narsa, Narsa, and Prananjaya 2020). Seorang Analis Investor Indonesia Edwin Sebayang mengatakan walau kenaikan setiap taun sangat kecil Apabila kita membandingkan dengan banyaknya penduduk Indonesia sehingga untuk mencapai mencapai titik ideal, negara kita setidaknya membutuhkan 10 juta investor dipasarmodal atau 5% dari penduduk Indonesia, Bila kita membandingkan dengan negara tetangga kita yang lebih dari 10% investor aktif dari jumlah penduduknya (Bisnis.com, 2021).

Digitalisasi dan peningkatan teknologi yang sangat pesat, yang memicu perubahan di berbagai sector yang ada, termasuk Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK). Hal ini terjadi secara global, negara Indonesia juga termasuk salah satu negara di dunia, juga merasakan dampaknya. Kemajuan teknologi di Indonesia berlangsung cukup cepat karena masyarakat dapat beradaptasi dengan cepat, terutama masyarakat milenial yang mampu mencari dan memproses informasi yang tersebar di internet. Kemajuan internet membuka pintu untuk komunikasi jarak jauh dan menciptakan ekosistem baru, yang memunculkan platform baru untuk berkomunikasi, seperti media sosial seperti *Telegram, Discord, Facebook, YouTube, Instagram*, dan platform lainnya (Maksudi 2018).

Perkembangan teknologi dan akses internet yang semakin mudah menjadi faktor utama yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan hasil penelitian Hootsuite, penggunaan Media Sosial di Indonesia meningkat dan banyak diakses melalui media telepon seluler pribadi. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan saat ini terhadap hasil bahwa Indonesia menempati peringkat ketiga dalam hal jumlah pengguna internet terbanyak setelah China. (We Are Social 2021)

Terjadinya perubahan masyarakat dan budaya merupakan hal yang dampak dari kemajuan teknologi (McLuhan, 1975). Peran teknologi dan internet dalam dunia investasi sangat penting dan memiliki pengaruh besar. Kehadiran teknologi dan akses internet yang mudah mempermudah individu dan perusahaan untuk mengumpulkan informasi tentang investasi dan berbagi pengalaman dengan sesama anggota (Tandio and Widanaputra 2016). Media sosial seperti Instagram dan Twitter memainkan peran yang sangat penting dalam mempermudah individu dan perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membagikan informasi tentang saham dan investasi. Seorang *influencer* saham atau individu yang memiliki banyak *followers* di platform media sosial, memainkan peran penting dalam memberikan informasi dan edukasi tentang saham dan investasi. (Regita 2022) Komunitas online juga memberikan tempat bagi individu dan perusahaan untuk berbagi informasi dan pengalaman tentang investasi. Oleh karena itu, teknologi dan internet memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi minat dan motivasi investasi individu dan perusahaan. Ditambah dengan kemudahan dalam bertransaksi di pasarmodal karena saat ini broker yang ada di Indonesia telah mendukung menggunakan *online trading system* yang membuat masyarakat bisa mengakses dan membuka Rekening Dana Nasabah dan meningkatkan minat untuk berinvestasi. Dalam lingkungan investasi, media sosial dan *platform online* menjadi salah satu alat pemasaran dan edukasi yang sangat penting. Kehadiran *influencer* saham yang membagikan informasi dan analisis tentang investasi saham mempermudah individu dan perusahaan dalam menjangkau audiens yang lebih luas (Sihabudin, Trisaningsih 2022). Selain itu, komunitas online juga menjadi tempat bagi para investor untuk bertukar informasi dan pengalaman, serta memotivasi dan membantu sesama anggotanya dalam berinvestasi (Tegar Febrianto, Ghulam Ahmad, and Arifin 2020).

Lingkungan investor juga merupakan faktor yang cukup karena hal ini cukup berdampak dalam keputusan berinvestasi apa bila individu tertarik untuk berdiskusi dan menerima masukan dari teman, lingkungan kerja, dan keluarga (Aprillianto, Wulandari & Kurrohman 2014). penelitian (Tegar Febrianto et al. 2020) Komunitas bisa meningkatkan literasi ekonomi masyarakat dan komunitas ini bertujuan untuk menghimpun dan membuat masyarakat berkembang sekaligus menjadi sebagai upaya peningkatan indeks literasi keuangan dan indeks inklusif komunitas online yang membahas topik investasi saham juga membantu individu dalam memahami lebih dalam tentang investasi dan memotivasi sesama anggotanya untuk berinvestasi. Dalam konteks ini, media sosial, *influencer* saham, dan komunitas online memiliki potensi besar untuk mempengaruhi minat berinvestasi generasi milenial dan masyarakat di Indonesia, penting bagi broker saham dan pihak terkait untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial, *influencer* saham, dan komunitas online dalam mempengaruhi minat berinvestasi masyarakat. Mudah-mudahan berpartisipasi, *sharing*, dan menciptakan sebuah forum, blog, atau tulisan juga mendukung perkembangan kearah positif (Cahyono, 2016). Sosial media edukasi saham merupakan salah satu bentuk dari

pemanfaatan platform media sebagai sarana untuk mengenalkan saham ke masyarakat dan mengedukasi (Putra and Qodary 2021).

Kemajuan sistem pelayanan yang di tawarkan perusahaan sekuritas dalam mengakses pasarmodal Indonesia merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi investasi dengan ini minat investasi juga bisa tumbuh di iringi dengan kemajuan teknologi informasi dan bisa diakses semua orang dan melakukan transaksi di manapun dan kapanpun jam bursa aktif (Faidah 2019) namun menurut (Tandio and Widanaputra 2016) hasil dari penelitiannya menunjukkan tidak berpengaruh signifikan dengan variabel kemajuan teknologi dalam memoderasi pengaruh minat investasi dipasar modal Indonesia.

Berdasarkan penelitian terdahulu masih banyak gap dari variabelnya untuk berinvestasi dipasar modal setelah BEI melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan minat salah satunya dengan komunitas pasar modal. Berdasarkan dari data Bursa Efek Indonesia saat ini memiliki 400 komunitas dan akan terus bertumbuh seiring dengan peningkatan partisipasi masyarakat (Forddanta 2021) seiring bertumbuhnya minat dan semakin bertambahnya komunitas saham di Indonesia, salah satunya seperti Logician Kelompok mencari cuan secara transparan ini berhimpun para milenial, pemain saham pemula dan yang sudah lama berkecimpung dipasar modal bursa efek Indonesia. Menurut, Himawan Sutanto kelompoknya bercita cita menjadi komunitas yang besar dan berkontribusi dalam literasi keuangan Indonesia sehingga bermanfaat bagi peningkatan ekonomi rakyat. Komunitas yang didirikan yang bermula terbentuk atas keinginan untuk saling berbagi dan membantu masyarakat untuk *trading for living* Saat ini sudah ribuan anggota yang tersebar diseluruh Indonesia dengan aktivitas rutin setiap hari nya adalah live trading melalui audio sebanyak 3500 anggota yang tersebar di seluruh Indonesia dan ada yang berada di luar negeri, komunitas ini terus bertumbuh dan aktif setiap hari. Komunitas ini di inisiasi oleh om himawan begitu sapaan dan memiliki beberapa admin, saya rasa dengan memilih komunitas logicuan sebagai tempat penelitian ini mewakili dari sisi komunitas online, *influnecer* karena jumlah anggotanya yang bergabung kedalamnya sangat sangat mewakili dari komunitas online saham.

Ha1: Terdapat pengaruh Kemajuan Teknologi terhadap peningkatan minat investasi di pasar modal.

Kemajuan teknologi telah memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi mengenai pasar modal. Ini termasuk informasi tentang berbagai jenis investasi, cara berinvestasi, dan risiko serta manfaat berinvestasi. Kemajuan teknologi juga memudahkan orang untuk berinvestasi. Ini termasuk pengembangan platform dan aplikasi perdagangan online yang memungkinkan orang untuk memperdagangkan saham, obligasi, dan sekuritas lainnya dari komputer atau perangkat seluler mereka. Kemajuan teknologi juga memudahkan orang untuk melacak investasi mereka. Ini termasuk pengembangan alat online yang memungkinkan orang memantau kinerja portofolio mereka, meneliti saham, dan mengatur peringatan. Dengan perkembangan

teknologi investasi yang membuat kemudahan dalam melakukan transaksi melalui *software trading* generasi milenial memiliki keingian untuk berinvestasi dipasarmodal (Yusuf 2019). Penelitian (Salsabilla et al. 2021) mendapatkan hasil bahwa faktor kemajuan teknologi ini memberi pengaruh kepada para generasi milenial berinvestasi ke instrument saham.

Ha2: Terdapat pengaruh sosial media edukasi saham terhadap peningkatan minat investasi di pasar modal

Sosial media memberikan banyak informasi sehingga kita bisa membuat opini terhadap sesuatu dan membuat masyarakat cepat dalam menanggapi informasi terkini (Rajeev, 2015). Semakin sering seseorang mengikuti sosial media edukasi saham, semakin besar kemungkinan mereka tertarik melakukan investasi pada instrument saham (Fiala, Kapounek, and Vesely 2015). Minat yang dikembangkan oleh seseorang dalam memutuskan sesuatu keputusan untuk dirinya sendiri dalam berperilaku. Adapun minat untuk memiliki sebuah hal, minat muncul setelah terangsang oleh produk yang dilihatnya, dari situlah minat untuk mencoba produk tersebut, dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memiliki atau menggunakannya (Kotler, 2012). Hasil penelitian (Luthfiah, Martia, and Nurhasanah 2021), platform media sosial berdampak signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal. Penelitian dilakukan dengan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Gen Z angkatan 2019.

Ha3: Terdapat pengaruh motivasi investasi dalam minat investasi di pasar modal

Motivasi dalam berinvestasi berasal dari dalam diri sendiri. Meskipun mendapatkan pengaruh dari keluarga, teman, dan orang di sekitar dapat menjadi faktor pendukung dalam memotivasi seseorang untuk berinvestasi di pasar modal, namun salah satu alasan paling kuat yaitu berasal dari diri sendiri sehingga ketika seseorang sudah memiliki minat untuk berinvestasi di pasar modal, maka mereka akan menciptakan motivasi bagi dirinya sendiri dan mampu menginspirasi orang lain untuk ikut berinvestasi dengan memberikan informasi atau mengajak mereka untuk berinvestasi (Saputra, 2018). Penelitian (Pustikaningsih 2017), (Nisa and Zulaika 2017) yang mendapatkan hasil motivasi investasi memberi pengaruh positif bahwa mahasiswa memiliki minat dalam berinvestasi.

Hasil dan Pembahasan

1. Deskripsi Data

Penelitian ini menguji kemajuan teknologi investasi, sosial media edukasi, dan *motivasi* terhadap minat investasi di bursa efek saham Indonesia. Populasi pada penelitian ini adalah anggota komunitas saham online di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan angket berbentuk google form kepada anggota komunitas aktif melalui sosial media diantaranya menyebarkan ke *telegram dan Whatapps* dengan kriteria yang sudah ditentukan dan dibantu teman kerabat, serta melakukan penyebaran pada Komunitas. Jumlah sampel yang dijadikan sebagai

subjek penelitian ini berjumlah 380 orang berdasarkan perhitungan rumus slovin. Berikut akan disajikan deskripsi data responden sesuai dengan karakteristik.

a. Karakteristik Responden

Responden mempunyai karakteristik yang bervariasi sehingga sangat memerlukan pengelompokan berdasarkan kuisioner yang disebar oleh peneliti menjadi kategori Usia, Pengalaman Investasi/*Trading*, dan mengikuti sebuah komunitas. Karakteristik responden dijabarkan sebagai berikut.

Karakteristik responden berdasarkan Anggota komunitas

Tabel 4. 1 Anggota Komunitas

Anggota Komunitas	Jumlah
Iya	380
Tidak	0

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Pada penelitian ini semua orang yang mengisi kuisioner ini merupakan anggota dari sebuah komunitas saham aktif yang berjumlah 380 orang

Karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel 4. 2 Usia

Umur (tahun)	Jumlah
17- 25	143
26-35	96
36-44	64
45-50	43
>50	34

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Seperti dapat dilihat dari tabel di atas, terdapat 143 responden berusia 17-25, terhitung 37,6%, 96 responden berusia 26-35, terhitung 25,3%, dan 96 responden berusia 36-35, terhitung 25,3%. 64 orang berusia 44 tahun, terhitung 16,8%, diikuti oleh 43 orang berusia 45-50 tahun, terhitung 11,3%, dan 34 orang berusia ≥ 50 , berusia 8,9%. Dapat disimpulkan bahwa anggota masyarakat memiliki tingkat usia yang beragam mulai usia awal yang diperkenankan membuka RDN hingga usia lanjut.

Karakteristik responden berdasarkan pengalaman berinvestasi atau *trading*

Tabel 4. 3 Pengalaman Investasi atau Trading

Umur	Jumlah
< 1 Tahun	98
1-3 Tahun	208

Muhammad William Fattah

4-5 Tahun	64
>5 Tahun	43
Total	380

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Dapat disimpulkan bahwa lama responden menjadi anggota komunitas dengan ≤ 1 tahun sebanyak 98 orang atau 25,8% , sedangkan 1-3 tahun pengalaman berjumlah paling dominan yaitu 208 orang atau 54,7% , selanjutnya 4-5 tahun pengalaman 37 orang atau 9,7% , dan pengalaman paling lama yaitu >5 tahun sebanyak 37 responden atau 9,7%.

Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas instrumen ini menggunakan program IBM SPSS 24. Pada penelitian ini dengan jumlah sampel sebanyak $(n) = 380$ dan df dihitung sebagai berikut: $n - 2 = 380 - 2 = 378$ dan $alpha = 0,05$ - kita mendapatkan $r_{tabel} = 0,1006$. Jika angka r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilainya positif, maka item pertanyaan bisa dinyatakan valid. Berikut adalah hasil uji validitas untuk setiap pertanyaan dari setiap variabel yang ada di penelitian ini.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
Kemajuan Teknologi (X_1)	X1.1	0, 711	0.1006	Valid
	X1.2	0, 764	0.1006	Valid
	X.1.3	0, 641	0.1006	Valid
	X1.4	0, 747	0.1006	Valid
	X1.5	0, 773	0.1006	Valid
Sosial Media Edukasi (X_2)	X2.1	0, 561	0.1006	Valid
	X2.2	0, 864	0.1006	Valid
	X2.3	0, 782	0.1006	Valid
Motivasi (X_3)	X3.1	0, 776	0.1006	Valid

Pengaruh Kemajuan Teknologi Investasi, Sosial Media Edukasi Saham, dan Motivasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Indonesia

	X3.2	0,790	0.1006	Valid
	X3.3	0,831	0.1006	Valid
	X3.4	0,837	0.1006	Valid
	X3.5	0,819	0.1006	Valid
Minat (Y)	Y1.1	0,795	0.1006	Valid
	Y1.2	0,834	0.1006	Valid
	Y1.3	0,824	0.1006	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Melalui perhitungan r_{tabel} dengan besarnran df pada penelitian ini yaitu $r_{table} = 0.1006$ dan dilakukan pengujian pada masing- masing variable mendapatkan hasil bahwa semua indicator memenuhi uji validitas atau $r_{hitung} > r_{table}$. Bisa di simpulkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel persepsi bagi hasil, sosial media edukasi, motivasi, dan minat dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Sebuah variabel memenuhi uji reliabilitas Ketika nilai dari hasil pengujian pada program SPSS melebihi niali Cronbach alpha $> 0,6$ tabel berikut ini hasil uji reliabilitas:

Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kemajuan Teknologi Investasi (X₁)	0,771	Reliable
Sosial Media Edukasi (X₂)	0,625	Reliable
Motivasi (X₃)	0,874	Reliable
Minat (Y)	0,779	Reliable

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian SPSS, dibuat tabel data di atas dengan semua variabel dengan nilai cronbach alpha $\geq 0,6$, bisa diketahui jika semua variabel yang terdiri dari kemajuan teknologi investasi, sosial media edukasi, motivasi dan minat,

digunakan peneliti dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel. Ghozali menyatakan bahwa kriteria variabel yang reliabel adalah nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,6 (Purnomo 2016,p 79).

c. Outlier

Outlier merupakan suatu *anomali* pada data dalam penelitian, hal ini terjadi karena terdapat hasil nilai ekstrim setelah dilakukannya tranformasi data baik itu hasil dari variabel tunggal atau kombinasi sebagai nilai ekstrim dari variabel tunggal maupun kombinasi (Imam Ghozali 2016, p41). Ada empat alasan terjadi data outlier

- (1) terjadinya kesalahan penginputan pada data
- (2) hilangnya nilai sehingga terjadinya kegagalan dalam pelaporan data dalam program computer
- (3) outlier bukan anggota sampel yang kita pelajari, tetapi.
- (4) pada sampel yang kita dapatkan terjadi distribusi dari sampel yang mendapatkan nilai ekstrim dan tidak terdistribusi secara normal.

Dalam penelitian ini , melakukan outlier kepada 160 data yang memiliki pada jawaban yang ekstrim yaitu nilai 5 setelah dilakukan uji transformasi MSI (*Method of Successive Interval*) dan pada jawaban responen yang mengisi 1 untuk setiap pertanyaan. Pengecualian nilai 5 pada variabel X_2 pada indikator pada point 1 dan 2 karena responden banyak memilih jawaban 3 atau Netral.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas memeriksa data yang akan digunakan telah terdistribusi normal atau tidak. Data yang tergolong baik berdistribusi normal. Uji KS dapat digunakan dalam uji normalitas. Hasil uji Kolmogorov-Smirov bisa dilihat dari perhitungan nilai signifikan probabilitas $0,053 \geq 0,05$ sehingga data tergolong berdistribusi normal. Berikut hasil dari pengujian Uji KS

Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
Asymp. Sig (2-tailed)	Sig.	0,053

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan tabel Uji KS menyatakan nilai signifikan senilai $0,053 > 0,05$ artinya data pada penelitian ini berdistribusi normal. Hasil tersebut mendapat nilai probabilitas lebih dari 0,05 yang dapat disimpulkan bahwa data telah berdistribusi secara normal.

b. Multikolinieritas

Pengaruh Kemajuan Teknologi Investasi, Sosial Media Edukasi Saham, dan Motivasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Indonesia

Jika nilai tolerance $\geq 0,1$ atau nilai VIF ≤ 10 , hal ini merupakan indikasi tidak adanya multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikoleniaritas

Variabel	Collinerirty Tolerance	VIF	Kesimpulan
Kemajuan Teknologi Investasi	0,703	1,422	Tidak ada Multikoleniaritas
Sosial Media Edukasi Saham	0,987	1,013	Tidak ada Multikoleniaritas
Motivasi	0,708	1,413	Tidak ada Multikoleniaritas

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Dari tabel di atas terlihat bahwa *Collinertirty tolerance* menunjukkan hasil untuk setiap variabel bebas $> 0,1$ sedangkan untuk nilai VIF < 10 yang menandakan bahwa tidak ada gejala multikolonieritas antarvariabel independent dalam model regresi pada penelitian ini

c. Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini dilakukan pengujian heteroskedastisitas kepada semua variable yang ada. Dengan dilakukan Uji Breusche-Pagan-Godfrey (BPG) dengan meregresikan variabel bebas pada residual kuadrat atau Res². Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H₀ ditolak.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	T _{hitung}	Sig	Kesimpulan
Kemajuan Teknologi Investasi	0,688	0,492	Tidak terjadi heterokedasitas
Sosial Media Edukasi Saham	1,880	0,061	Tidak terjadi heterokedasitas
Motivasi	1,677	0,095	Tidak terjadi heterokedasitas

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel output *Coefficients* dengan variabel Resid² memiliki Pada output diatas menunjukkan bahwa nilai Sig masing- masing variable memperoleh nilai ≥ 0.05 . masing-masing variabel memiliki $p \geq 0.05$ maka bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedasitas dalam pengujian BPG.

4. Uji Model

a. Uji F

Tabel 4. 9 Hasil Uji F

Model		df	F	Sig.
1	Regression	3	64,143	,000 ^b
	Residual	216		
	Total	219		

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji F diatas bisa diliat bahwa nilai dari F_{hitung} sebesar 64,143 $> f_{tabel}$ yaitu 3,03 dengan sig 0,000 $< 0,05$ untuk variabel kemajuan teknologi investasi, sosial media edukasi, motivasi ,dan minat Investasi maka disimpulakn bahwa layak digunakan pada penelitian.

5. Uji Hipotesis

1) Uji T

Uji t di tujukan untuk melihat apakah variable indepent secara parsial bisa memberi pengaruh terhadap variable dependen. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $p < 0,05$ disimpulkan adanya pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y. Hasil uji T test (uji parsial) bisa diketahui pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 10 Hasil Uji T

Variabel	T_{hitung}	Sig	Kesimpulan
Kemajuan Teknologi Investasi	3,455	0,001	Signifikan
Sosial Media Edukasi Saham	0,402	0,688	Tidak signifikan
Motivasi	9,389	0,000	Signifikan

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Jika nilai sig. $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel independen tersebut dinyatakan positif berpengaruh terhadap variabel dependen. t_{tabel} pada penelitian ini

Pengaruh Kemajuan Teknologi Investasi, Sosial Media Edukasi Saham, dan Motivasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Indonesia

ialah $t(\alpha/2;n-k-1) = t(0,025;216) = 1,971$. Sesuai dengan tabel diatas hasil uji t hitung masing masing variabel yaitu :

- a) Nilai signifikan variabel Kemajuan Teknologi (X_1) ialah senilai $0,001 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $3,455 > t_{tabel}$ sebesar $1,971$ artinya terdapat pengaruh Kemajuan teknologi (X_1) dengan minat (Y).
- b) Nilai signifikan variabel Sosial Media Edukasi (X_2) ialah senilai $0,68 > 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $0,402 < t_{tabel}$ sebesar $1,971$ artinya artinya tidak terdapat pengaruh pada variabel Sosial Media Edukasi (X_2) dengan minat (Y).
- c) Nilai signifikan variabel Motivasi(X_3) ialah senilai $0,000 \leq 0,05$ dan dan nilai t_{hitung} sebesar $9,389 > t_{tabel}$ sebesar $1,971$ artinya artinya terdapat pengaruh Motivasi dengan minat (Y).

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mencari pengaruh Kemajuan teknologi investasi (X_1), Sosial Media edukasi (X_2) , Motivasi (X_3) terhadap Minat Investasi (Y) menggunakan analisis statistik yaitu model analisis regresi berganda. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS. Adapun hasil analisis regresi dapat diketahui pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandarized Beta	T_{hitung}	Sig	Kesimpulan
Kemajuan Teknologi Investasi	0,140	3,455	0,001	Positif
Sosial Media Edukasi Saham	0,026	0,402	0,688	Positif
Motivasi	0,350	9,389	0,000	Positif

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka persamaan garis regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,329 + 0,140 X_1 + 0,026 X_2 + 0,350 X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Minat Investasi
- X_1 = Kemajuan Teknologi Investasi

X_2 = Sosial Media Edukasi saham
 X_3 = Motivasi

Hasil persamaan regresi berganda diatas memberikan pengertian bahwa Kemajuan Teknologi Investasi (X_1), Sosial Media Edukasi (X_2), dan Motivasi (X_3) berpengaruh positif terhadap Minat Investasi (Y).

1. Nilai dari konstanta (a) memberi hasil nilai positif sebesar 1,329 artinya apabila variabel kemajuan teknologi investasi, sosial media edukasi saham dan motivasi jika dianggap konstan = 0, maka minat anggota komunitas untuk berinvestasi di pasar modal adalah sebesar 1,329.
2. Variable Kemajuan Teknologi Investasi sebesar 0,140 dan mendapat hasil nilai signifikan $< 0,05$, bertanda positif, hal ini mengindikasikan bahwa jika kemajuan teknologi meningkat sebanyak 1% dan variabel lain konstan, maka akan meningkatkan minat investasi sebesar 0,140
3. Variabel Sosial Media edukasi saham sebesar 0,026 dan mendapat hasil nilai signifikan $> 0,05$, bertanda positif hal ini mengindikasikan bahwa jika sosial media edukasi meningkat sebanyak 1% dan variabel lain konstan, maka akan meningkatkan minat investasi sebesar 0,026
4. Variabel Motivasi sebesar 0,350 dan mendapat hasil nilai signifikan $< 0,05$, bertanda positif hal ini mengindikasikan bahwa semakin seorang termotivasi dalam dirinya maka semakin ingin untuk memulai atau berinvestasi kedalam instrumen investasi saham artinya setiap kenaikan nilai dari motivasi sebesar 1% satuan dan nilai variabel lainnya tetap (konstan), maka akan meningkatkan minat investasi sebesar 0,140.

Berdasarkan hasil dari persamaan regresi di atas bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel Minat investasi (Y), kemudian diikuti variabel kemajuan teknologi invests (X_1), Sosial media Edukasi saham(X_2), dan Motivasi(X_3). Dan faktor dominan yang memberi pengaruh minat investasi adalah motivasi yang ditunjukkan dengan nilai koefisiensi regresi paling besar dibanding variabel motivasi yaitu sebesar 0,350.

Pembahasan

Pengaruh Kemajuan teknologi Investasi terhadap Minat investasi di pasar modal Indonesia

Dilihat dari hasil pengujian, variabel kemajuan teknologi investasi mempunyai pengaruh terhadap minat investasi di pasar modal Indonesia, nilai signifikan variabel Kemajuan teknologi Investasi(X_1) ialah dengan nilai $0,001 \leq 0,05$ dan β_1 sebesar 0,140 yang menunjukkan bahwa H_{a1} “ada pengaruh positif persepsi bagi hasil terhadap minat investasi di pasar modal” terbukti benar dan diterima.

Berdasarkan data yang didapatkan diketahui bahwa kemajuan teknologi investasi dapat berpengaruh karena individu merasa bahwa dengan kemajuan teknologi bisa memudahkan untuk bertransaksi saham dan memulai investasi serta meningkatkan produktifitas untuk melakukan transaksi. Hal ini juga didukung dengan

penelitian-penelitian terdahulu melalui dukungan teknologi para investor baru bisa melihat pergerakan harga saham yang *volatile* dengan lebih mudah dalam menjangkau informasi pasar secara *realtime* dan dengan fasilitas *online trading* bisa mengefisienkan untuk bertransaksi *buy* atau *sell* (Suparyanto and Rosad 2020)

Hal mendukung *Theory of Planned Behavior* (TPB) bahwa kemajuan teknologi investasi masuk kedalam persepsi individu dengan adanya *online trading system* meningkatkan minat masyarakat untuk memulai investasi dan para *trader* bisa berinvestasi dengan nyaman. Seiring dengan perkembangan teknologi di kehidupan maka kita akan merasakan dampak pada aktifitas yang kita lakukan dalam hal ini, yaitu untuk mempermudah kita dalam melakukan investasi dan kita juga bisa mempelajari informasi dalam berinvestasi lebih mudah dan beragam. Hal tersebut menggambarkan persepsi individu dalam mengambil sebuah keputusan investasi dengan kemudahan teknologi yang ada sehingga menjadi sebuah dasar dalam terjadinya niat dan kemudain menjadi dasar dari perilaku untuk menjadi investor

Pengaruh Sosial Media Edukasi terhadap Minat Minat investasi di pasar modal Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian ini variabel media sosial edukasi saham tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi anggota komunitas saham online, dengan nilai uji $0,688 > 0,05$ dan β_1 sebesar $0,020$ menunjukkan bahwa H_{a2} tidak berpengaruh terhadap sosial media edukasi tentang minat investasi di pasar modal Indonesia". Informasi mengenai investasi saham di pasar modal Indonesia tidak hanya bisa di akses melalui media sosial saja melainkan bisa di akses melalui media lain seperti surat kabar atau majalah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Putra and Qodary 2021) dan kepercayaan dan kredibilitas kepada influencer tidak serta merta membuat seseorang akan melakukan investasi pada suatu saham pada penelitian ini informasi yang disampaikan oleh influencer menjadi pelengkap analisis tidak menjadi acuan yang harus dijadikan prioritas utama karena masih banyak hal yang membuat seseorang untuk melakukan investasi (Baihaqqi 2022) Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh seorang influencer saham memberikan sentimen beli kepada pengikutnya tidak memberikan pengaruh keputusan investasi beli pada market yang efisien (Ananda, Putra, and Mahyuni 2023).

Hal ini juga tidak mendukung dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) bahwa sosial media edukasi berhubungan dengan faktor norma sosial, termasuk dalam faktor informasi. Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) sosial media edukasi saham adalah salah satu faktor yang tidak bisa memberi pengaruh terhadap minat dalam menaruh investasi karena masyarakat dalam konteks ini yaitu anggota dari komunitas saham tidak mempercayai untuk membuat sebuah keputusan investasi berdasarkan arahan ataupun informasi yang ada di internet terutama kepada sosial media edukasi. Hal ini berkaitan dengan resiko yang ada karena banyak para Influencer cenderung melakukan pom-pom atau praktik *pump and dump* pada suatu emiten yang menyebabkan kerugian. (Ananda et al. 2023) penelitian yang mendukung

bahwa norma sosial tidak memberi pengaruh terhadap minat investasi (Salisa 2021) mengungkapkan bahwa. Norma sosial seperti ajakan ataupun nasihat yang didapatkan oleh lingkungan sekitar atau orang terdekat tidak bisa mempengaruhi dalam menentukan keputusan investasi secara langsung.

Motivasi terhadap Minat Minat investasi di pasar modal Indonesia

Dilihat dari hasil pengujian, variabel *motivasi* mempunyai pengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal Indonesia, dibuktikan dengan nilai t_{hitung} variabel 9,389 lebih besar dari $t_{tabel} = 1,971$ serta nilai signifikan variabel motivasi (X_3) ialah senilai $0,000 \leq 0,05$ dan β_1 sebesar 0,350 yang menunjukkan bahwa H_{a3} “ada pengaruh positif motivasi terhadap minat investasi di pasar modal Indonesia” terbukti benar dan diterima.

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa pengaruh motivasi investasi pada mahasiswa STIE Balikpapan berpengaruh positif dan signifikan setelah dilakukan uji parsial minat investasi. Hal ini menjelaskan mengapa motivasi investasi berhubungan langsung dengan minat investasi. Menumbuhkan motivasi investasi mahasiswa (Saputra 2018)

Hal ini juga sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) bahwa motivasi menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB) adalah salah satu faktor dari dalam keyakinan pada diri sendiri yang bisa memberi pengaruh minat dan perilaku seseorang. Semakin seseorang memiliki motivasi terhadap sesuatu untuk dilakukan maka akan semakin ingin untuk mewujudkannya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa disimpulkan bahwa Anggota dari komunitas saham online Mendapatkan manfaat dari berkembangnya teknologi investasi yang ada saat ini dalam segi informasi dan alat untuk melakukan investasi sehingga memudahkan dalam pengoptimalan investasi dan bertransaksi saham di bursa secara realtime hal ini meningkatkan motivasi karena adanya dorongan pada diri sendiri karena di topang oleh kemajuan teknologi yang ada sehingga lebih memudahkan dan sosial media edukasi saham sebagai salah satu tempat untuk mendapatkan informasi pelengkap terkait saham sebelum memutuskan untuk berinvestasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, I. Gede, Wibawa Putra, and Luh Putu Mahyuni. 2023. "Analisis Pengaruh Influencer Terhadap Pembentukan Harga Saham Di Bursa Efek Indonesia." 1(1):71–80.
- Badan Pusat Statistik. 2019. "Berita Resmi Statistik." *Bps.Go.Id* (27):1–52.
- Baihaqqi, Idhofi Khusna. 2022. "Pengaruh Pengalaman Investasi, Risk Tolerance, Dan Influencer Sosial Media Terhadap Keputusan Investasi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi."
- Bisnis.com. 2021. "Mantap! Jumlah Investor Pasar Modal RI Tembus 5 Juta SID." *Bisnis.Com* 4(1):88–100. Retrieved (<https://market.bisnis.com/read/20210516/7/1394275/mantap-jumlah-investor-pasar-modal-ri-tembus-5-juta-sid>).
- Dhiany Nadya Utami, & Fitri Sartina Dewi. 2021. "Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia Meningkatkan, Tapi Belum Ideal." *Bisnis.Com*. Retrieved (<https://market.bisnis.com/read/20210516/7/1394314/jumlah-investor-pasar-modal-indonesia-meningkat-tapi-belum-ideal%0A%0A>).
- Faidah, Faridhatun. 2019. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa." *JABE (Journal of Applied Business and Economic)* 5(3):251. doi: 10.30998/jabe.v5i3.3484.
- Forddanta, Dityasa H. 2021. "Lakukan Edukasi Untuk Investor, BEI Rangkul Influencer Sebagai Mitra." *Kontan.Co.Id*. Retrieved (<https://investasi.kontan.co.id/news/lakukan-edukasi-untuk-investor-bei-rangkul-influencer-sebagai-mitra>).
- Imam Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan Ke VIII*.
- KSEI. 2022. "Statistik Pasar Modal Indonesia Februari 2021." *Kustodian Sentral Efek Indonesia* (April):1–6.
- Maksudi, Ike Atikah Ratnamulyani dan Beddy Iriawan. 2018. "The Role of Social Media in the Improvement of Selected Participation of Students Based on Students in Bogor Regency." *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora* 20(2):154–61.
- Narsa, I. Made, Niluh Putu Dian Rosalina Handayani Narsa, and Kadek Pranetha Prananjaya. 2020. "An Experimental Study of the Effect of Financial and Non-Financial Information on Intention to Invest in the Bearish and Bullish Market." *International Journal of Innovation, Creativity and Change* 11(11):421–39.
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2016. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS. Pertama*. edited by P. C. Ambarwati. Ponorogo: Wade Group.

- Putra, R. J., and H. F. Qodary. 2021. "Pengaruh Pengenaan Bea Materai Dan Kemudahan Teknologi Investasi Terhadap Minat Investasi Yang Dimoderasi Oleh Sosial Media Edukasi Saham." *Uta45 Jakarta* 6(1):31–39.
- Regita, Tasha Indy. 2022. "Pengaruh Influencer Saham Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Pada Pasar Modal." *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi* 5(1):37–45.
- Salisa, Naila Rizki. 2021. "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Di Pasar Modal: Pendekatan Theory of Planned Behaviour (TPB)." *Jurnal Akuntansi Indonesia* 9(2):182. doi: 10.30659/jai.9.2.182-194.
- Saputra, D. 2018. "Pengaruh Manfaat, Modal, Motivasi, Dan Edukasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan)." *Future Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 5(2):178–90.
- Sihabudin, Trisnaningsih, F. Robby. 2022. "Pengaruh Influencer Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa." *Journal of Business and Economics Research (JBE)* 3(2):82–89. doi: 10.47065/jbe.v3i2.1705.
- Suparyanto and Rosad. 2020. "Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Investasi Dengan Minat Investasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Abdurachman Saleh Situbondo)." *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS* 5(3):248–53.
- Tandio, Timothius, and A. A. G. P. Widanaputra. 2016. "Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi, Risiko, Gender, Dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa." *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 16(3):2–26.
- Tegar Febrianto, Galih, Faza Ghulam Ahmad, and Imamul Arifin. 2020. "Peran Komunitas Dalam Meningkatkan Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah." *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan* 17(1):130–50. doi: 10.46781/al-mutharahah.v17i1.77.
- We Are Social. 2021. "Digital 2021." *Global Digital Insights* 103.
- YNS, IDX. 2021. "Yuk Nabung Saham Diunduh Di." <https://Yuknabungsaaham.Idx.Co.Id/>. Retrieved February 7, 2023 (<http://yuknabungsaaham.idx.co.id>).